

《德鲁克的管理课》

图书基本信息

书名：《德鲁克的管理课》

13位ISBN编号：9787564043445

10位ISBN编号：756404344X

出版时间：2011-2-1

出版社：北京理工大学出版社

作者：何思特

页数：246

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《德鲁克的管理课》

内容概要

《德鲁克的管理课:百年经典十五讲》内容简介：彼得·德鲁克（Peter Drucker）作家、教师、顾问、哲学家，是当代顶尖的管理思想泰斗。现代管理学的开创者与奠基者，有“现代管理学之父”“大师中的大师”之誉。兴趣广泛，思维深刻。在德鲁克的一生中，他思考、探讨、撰写了有关人、组织和管理的课题。启发了一代又一代的组织管理者。德鲁克终身著述不辍，著作超过三十五本。他无论在管理、组织、策略，还是在领导发展、激励员工等方面皆洞察犀利，对潮流及趋势的预见更是精准。他曾提出“分权”“知识工作者”“目标管理”“利润中心”以及“不连续”等观念。如今已在真实世界中得到印证，并成为主宰世界的潮流。

《德鲁克的管理课》

作者简介

何斯特，管理专家。曾任职于政府机构。负责相关产业的管理与营销的研究工作。目前兼任北美某大学客座教授，并在多家公司担任管理顾问。作者在德鲁克生前与去世后，一直持续关注德鲁克生平的著作研究。并且参加了在美国和奥地利举办的“德鲁克诞辰100周年”等活动，至今仍致力于德鲁克思想的传播和普及。

《德鲁克的管理课》

书籍目录

德鲁克：寻找一个崭新的社会第一讲 目标管理，创造顾客是企业的唯一目的创造顾客对企业来说有什么意义？创造顾客 顾客是企业的导盲犬 玫琳凯以顾客为导向如何能够招揽更多的顾客？顾客到底需要企业做什么？站在顾客的角度考虑问题 满足顾客 顾客只会为自己的需求买单企业与顾客之间有什么关系？适应顾客要求赢得需求 产品对顾客有什么价值？ 顾客需求信息孕育着机会 凯迪拉克 德鲁克战略第二讲 营销的真正目的就是使推销成为多余真正的营销是什么？什么是营销？ 迈克尔·戴尔：不可复制的营销模式营销到底有什么价值？消除推销 合适的价格定位 创造市场 柠檬冰水与花生米什么样的营销是最好的营销？找到自己的生态位 占领顾客的心智资源 市场潜力最重要第三讲 战略规划战略规划的作用企业前行的指南针怎样搜集到最有用的战略信息？将信息资源转化为成果 顾客信息是最有用的战略信息 与时俱进战略信息的后备军战略的忧患意识 为未来的变化做好准备 史蒂夫·乔布斯第四讲 强项决策合理的决策胜过最好的决策为决策找到方向 不轻言决策 决策目标要明确决策的步骤决策的异议 战术性决策 战略性决策果断决策决策需要勇气 空谈 群体第五讲 决定你的死活什么是核心能力？技术领先就是最大的优势 超越对手 舍掉短板打造最强的核心能力？创新 对手的成败 优势与劣势 复制优势 上帝论第六讲 除了明天万物皆可抛你是时间的主人吗？了解你自己的时间 时间管理法 浪费时间无法卓越如何管理好属于你的时间？记录时间 第一次就把正确的事情做好 拒绝 删除 80 / 20不浪费时间不要为昨日的任务而忙碌 一次只做一件事 管理者浪费别人的时间第七讲 领导者头号大事卓越的领导者管理精神 关键能力 领导的本质 目标 效力是关键你擅长做走在前列的人吗？激励部下 敢于担责 员工的态度 组织使命企业需要卓越管理者企业的需求 严格要求 主观能动性第八讲 人事管理人事管理是卓越领导者的必修课人力是一种成本 人才是资源 不被个体所左右你是最优秀的伯乐吗？人事决策 自我管理 激励机制 达美航空公司第九讲 企业团队企业是属于团队的管理者不要一个人吃饭 团队精神如何激励你的下属？满足下属的成就感 精神需求 授权不等于放任个人的价值观与企业的价值观个人的价值观与企业的价值观必须兼容第十讲 社会责任企业的社会责任是什么？米尔顿·弗里德曼 社会责任的国际标准社会责任是企业的生存根基承担的社会责任左右企业的影响力 正确的价值观机遇与风险并存危机管理第十一讲 小心故障门你有一颗敢于创业的脑袋吗？创业精神 拥有一颗颠覆的心 颠覆不仅仅是性格特质创业者需要的素质敢于决断 在变化中成为赢家 研究顾客具备创业精神的管理者特殊工具 冒险与机遇 坚持第十二讲 话说创新企业需要创新明天总会到来 “Forget it！”我们的企业会变成什么样？如何进行有效的创新？把握未来市场需求 超前思维 创造价值 创造未来创新实例发明不等于创新 检验创新的标准 组织的创新 挑剔创新并不依靠规划创新来源第十三讲 把员工当成伙伴卓越的领导者需要凝聚力凝聚力 目标管理为凝聚力加分 National Semiconductor沟通方法决定成败在“我们”之间沟通 倾听 沟通法则 管理沟通的十大原则第十四讲 天才不够用的时代总统并不是最优秀的笼络强于自己的人才 “用人所长”让平凡的人做出不平凡的事信任下属 犯错的员工为人际关系负责人脉 人际关系创造生产力 知人善任 正直第十五讲 你需要成效如何成为卓越的领导者？用“旁观者”审视自己 时间管理 激励与沟通 绩效评估 培育人才 有效决策管理“天才” 剖析天才 天才的习惯 管理超人不存在后记

《德鲁克的管理课》

章节摘录

德鲁克：寻找一个崭新的社会 “我一直不知道通用汽车是如何找到我的，直到今天，我还不能得知是谁向我发出了邀请。”德鲁克开场就这样说道。在此之前，德鲁克拒绝为《时代》服务，此后就开始了咨询顾问工作。他的第一份顾问工作就是在1940年、1941年时分析某家报纸的创刊计划，主要从事研究经济社会发展的工作，这让他收获很多。这个阶段是他成为管理大师的契机。“1941年夏天，我到了佛蒙特，想在那里的图书馆找一些关于管理类的书，却一无所获--图书馆里面关于管理的书是一片空白。”德鲁克做了一个无奈的手势。“没有企业愿意让我去（研究企业的内部运作），直到一个电话打来，一个陌生的声音对我说：‘我是通用汽车公共关系顾问保罗·加勒特，想征求您的意见，是否乐意过来研究一下我们的高层管理？’就是这样一个电话，将我和通用汽车扯上了关系。”德鲁克此时面带微笑。事情当然没有预期的顺利，德鲁克在通用汽车公司发展得并不顺利：他受到了冷遇，公司的高级管理人员没有人愿意与他说话，他们觉得德鲁克是别的某高级管理层派去的间谍。这听起来有些可笑，但并不无道理。在一个工会势力强大的国家，这的确是一件头痛的事情。工作无法开展，德鲁克和通用汽车第一次散了伙。“6个星期之后，保罗。加勒特打来电话，说他们在底特律进行了讨论，答应让我写一本书。我告诉保罗。加勒特，‘你们可不能审查我的书，除非是核对事实……’他同意了，就这样，我开始干了，这件工作耗费了我18个月的时间。然而，在出版的过程中，同样经历了一波三折，出版社勉强同意出版我的书……可结果难以预料。这本书竟然取得了巨大成功。就这样，我走进了管理领域--这一切都得益于那个电话。”德鲁克说到这里的时候，似乎颇为得意。……

《德鲁克的管理课》

媒体关注与评论

如果说20世纪最伟大的发明是管理的话，那么彼得·德鲁克无疑是伟大的发明家。

——美国管理协会 德鲁克的见解，是促进企业营运顺畅、协助国家发展的关键；德鲁克的智慧，能让我们避免并解决困扰全球的诸多难题。——罗莎贝丝·肯特前《哈佛商业评论》总编辑 德鲁克关于公司为何陷入危机的话——组织成立与经营的基本假设，已不再符合现实——不时提醒我，所有决策，都必须符合不断变动的外在环境。

——张瑞敏 海尔集团首席执行官 在制定每项决策时，我都把德鲁克的话放在心上。
——雷富礼 宝洁公司董事长兼首席执行官

《德鲁克的管理课》

编辑推荐

来听彼得·德鲁克的经典管理课，成为他下一个传奇学生。

《德鲁克的管理课》

精彩短评

- 1、很不错，推荐。
- 2、略有所获。时间原因没看完。
- 3、产品价值理论，没看完，以后待续。

《德鲁克的管理课》

精彩书评

1、首先是这本书不像其他的管理营销书那样枯燥无味，让人看几页就厌烦。其实是书的内容确实很不错，对营销、顾客价值、顾客需求、战略、决策等讲的也很清楚。简单易懂。而且涉及的专业知识性也很强。不愧是百年经典十五讲。最后就是书的质量确实很好，无论是印刷包装还是纸质都很不错。

《德鲁克的管理课》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com